

afte مؤسسة حرية الفكر والتعبير
Association for Freedom of Thought and Expression

دور المعلـــومـــــات في حماية حقوق المستهلك

برنامج الحق في المعرفة

دور المعلـومـــــات في حماية حقوق المستهلك

تحـريـر

أحمد عزت

المحتوى القانوني

حسن الازهري

التجربة الاسترالية

منة المصري

مؤشر شفافية المستهلك

شريف صادق

تصـميم الغلاف
و التنسيق الداخلي





النـاشـر
مؤسسـة حريـة الفكـر و التعبيــر

٤ شارع أحمد باشا - الدور السادس
جــــاردن ســيتي - القـــاهــرة.
ت/ف: ٢٧٩٢٦٢٨١ - ٠٢ / ٠٠٢
info@afteegypt.org
www.afteegypt.org

المحتوى

مقدمة

يأتى هذا التقرير في إطار اهتمام برنامج الحق في المعرفة بتأصيل أهمية إتاحة وحرية تداول المعلومات، كمكون أساسي يعزز من تمكين المواطنين والمستهلكين من التمتع بحزمة حقوقهم، الضامنة لنشاط الاستهلاك الآمن والفعّال والرشيد. فعلى الرغم من أن الحق في الوصول للمعلومات هو أحد الحقوق الثمانية التي أقرتها الأمم المتحدة كحقوق للمستهلك، إلا أنها الضامن الأساسي لتفعيل وممارسة الحقوق الأخرى، وتمكين المستهلكين منها.

يؤكد التقرير على مدى الارتباط بين أهمية إتاحة المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات للمستهلكين، وتمتعهم بالحقوق الأخرى؛ كالحق في الصحة والحق في الاختيار.. إلخ. وهي حقوق تتوقف صيانتها على إتاحة المعلومات، التي يؤدي غيابها إلى تضليل المستهلك ومن ثم إهدار حقوقه الأخرى.

أيضا يتناول التقرير الدور المعلوماتي لجهاز حماية المستهلك، الذي تم إنشاءه بموجب القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، مسلطا الضوء على كل من الإيجابيات والسلبيات التي يتضمنها القانون، ودوره في إلزام الموردين والمنتجين والمعلنين عن السلع والخدمات، بإتاحة المعلومات المتعلقة بها باعتباره حق أساسي لكل مستهلك. كما يناقش التقرير الإشكاليات العملية التي تواجه الدور المعلوماتي للجهاز.

على مستوى آخر يشير التقرير لأهمية التعامل مع مجالي حماية المستهلك وحماية المنافسة بشكل مشترك، حيث إن حماية المنافسة تمثل الطرف الآخر من المعادلة، التي تؤثر على طريقة تعامل المستهلك مع المنتجات والسلع والخدمات المختلفة. وذلك من خلال قراءة نقدية في إشكاليات التشريعات المنظمة للمجالين، ومساحات التضارب بينهما، انطلاقا من رؤية نقدية لدور جهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، الذي ينطلق من فلسفة أن حجب المعلومات قد يكون ضرورة للمنافسة، وهو ما يرى التقرير أنه يصطدم مع حق المستهلك في المعرفة والحصول على المعلومات.

ولهذا فقد اهتم التقرير أيضا باستعراض بعض التجارب في دول أخرى؛ سواء من حيث الهيكلية والتشريعات المنظمة لعمل الأجهزة المماثلة، أو آليات عمل وتواصل تلك الأجهزة مع جمهور المستهلكين والمنتجين، في محاولة لطرح بعض الأفكار التي ربما تشكل مرتكزات هامة لتطوير المؤسسات المعنية بحماية المستهلك، والمنافسة في مصر؛ خاصة فيما يتعلق بصيانة حق المستهلك في المعرفة.

أولا: حماية المستهلك والحق في المعرفة

بتحليل الحقوق الثمانية التي أقرتها الأمم المتحدة، نجد أن وجود قنوات معلوماتية تمثل حق المستهلك في المعرفة، هي الأساس والضامن الحقيقي والفعلي لحماية حقوق المستهلك. فعند توافر كل المعلومات اللازمة حول سلعة أو خدمة ما، يكتمل حق المستهلك في الأمان وحقه في الاختيار. فإذا كانت السلعة أو الخدمة تحمل بعض الأضرار لسبب أو لآخر؛ على سبيل المثال في حالة الآثار الجانبية المترتبة على تعاطي بعض أنواع الأدوية.

كما إن توافر المعلومات يعزز من معرفة مدى قدرة السلعة أو الخدمة على إشباع حاجة المستهلك الأساسية، وفي الأصل فإن حق المستهلك في معرفة حقوقه يعزز من حقه في الاستماع إلى آرائه، وحقه في التعويض إذا كانت السلعة أو الخدمة لا تشبع حاجته، أو كانت تالفة على سبيل المثال، وأيضا حقه في الحياة وفي بيئة صحية.

يكفل قانون حماية المستهلك المصري، رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، الحق في الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها المستهلك أو يستخدمها أو تقدم إليه، كما يكفل الحق في الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة. وذهبت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، الصادرة بقرار من وزير التجارة والصناعة، المذهب نفسه الذي اتجه إليه القانون، حيث نصت المادة الحادية عشر على أن المُنتِج والمُستورِد للمنتجات يلتزمون بإتاحة معلومات وبيانات معينة على المُنتَج نفسه، وذلك حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه، وأهم هذه المعلومات:

١- اسم السلعة.
٢- بلد المنشأ.
٣- اسم المُنتِج أو المُستورِد، واسمه التجاري، وعنوانه، وعلامته التجارية إن وجدت.
٤- تاريخ الإنتاج ومدة الصلاحية.
٥- شروط التداول والتخزين وطريقة الاستعمال.
٦- الأنواع والسمات والأبعاد والأوزان والمكونات.

كما لا يمكن للمستهلك أيضا النفاذ إلى حقوقه دون أن يتاح له الحق في المعرفة والوصول للمعلومات، نظرا لارتباط هذا الحق بالعديد من الحقوق والحريات، التي يتوقف ضمانها على إتاحة المعلومات المتعلقة بالمنتجات، التي يشتريها أو يستخدمها المستهلك أو تقدم إليه.

وقد كفل قانون حماية المستهلك عددا من الحقوق والحريات، التي لا يمكن ممارستها دون أن يكون المستهلك متمتعا بحقه في الحصول على المعلومات ذات الصلة؛ فمثلا تضمنت المادة الثانية حماية حق المستهلك في الصحة والسلامة عند استعماله العادي للمنتجات، وهو حق لا يمكن النفاذ إليه، إلا بإتاحة المعلومات التي يمكن للمستهلك من خلالها التأكد من عدم تهديد هذه المنتجات لصحته أو سلامته.

كذلك يرتبط الحق في الحصول على المعلومات للمستهلك بحقه في الاختيار الحر لمنتجات مطابقة لمعايير ومواصفات الجودة المعتمدة من الجهات المختصة. كما كفل القانون للمستهلك حق المشاركة في المجالس والمؤسسات واللجان التي يتصل عملها بحماية حقوق المستهلك، وهي أيضا حقوق يتوقف ممارستها على مدى إتاحة المعلومات المتعلقة بعمل هذه الأجهزة وكيفية تشكيلها، والإجراءات الواجب اتباعها لمشاركة المستهلكين في نشاطها.

كفل قانون حماية المستهلك الحق في إقامة الدعاوى القضائية عن كل ما من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك أو الأضرار بها، أو تقييدها، وذلك بإجراءات سريعة وميسرة وبدون تكلفة، وفي هذا المجال أيضا لن يتمكن المستهلك من اتخاذ إجراءات التقاضي دون إتاحة المعلومات المتعلقة بحقوقه كافة.

ثانيا: الدور المعلوماتي لجهاز حماية المستهلك

تم إنشاء جهاز حماية المستهلك بموجب القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، بهدف حماية المستهلك وصون مصالحه، وحدد القانون سالف البيان اختصاصاته العامة في:

(أ) وضع الخطط وبرامج العمل لحماية حقوق المستهلك، وتعزيزها، وتنميتها، ووسائل تحقيق ذلك.

(ب) تلقي الشكاوى من المستهلكين والجمعيات والتحقيق فيها.

(ج) التنسيق مع أجهزة الدولة المختلفة لتطبيق أحكام هذا القانون على النحو الذي تحدده اللائحة التنفيذية، على أن تلتزم هذه الأجهزة بتقديم البيانات والمشورة الفنية التي يطلبها الجهاز، وذلك فيما يتعلق بشكاوى المستهلكين والجمعيات.

ويرتبط عمل جهاز حماية المستهلك ارتباطا مباشرا ووثيقا بحق المستهلك في المعرفة، وتوفير المعلومات الكافية التي تتعلق بالسلع والخدمات التي يستهلكها، وقد أعطى قانون حماية المستهلك الحق للجهاز سالف البيان في إنشاء لجان، تتولى الفصل في المنازعات الناتجة عن تطبيق أحكام القانون، والتي تقع بين المستهلكين والموردين أو المعلنين، بعد دعوتهم للحضور لإبداء دفاعهم، وتشكل اللجنة برئاسة رئيس محكمة ابتدائية وعضوية قاض، يتم اختيارهما طبقا لقانون السلطة القضائية، وواحد من ذوي الخبرة، يختاره الوزير المختص بتطبيق أحكام القانون، بناء على ترشيح من مجلس إدارة الجهاز، وللجنة أن تستعين في أداء عملها بمن ترى الاستعانة بهم، دون أن يكون لهم صوت معدود في التصويت. والطعن على قرارات اللجان أمام محكمة الاستئناف المختصة، وفقا للقواعد المقررة في قانون المرافعات المدنية والتجارية.

ويحظر على العاملين بالجهاز الإفصاح أو إفشاء المعلومات والبيانات، ومصادرها المتعلقة بالحالات الخاصة بتطبيق أحكام قانون حماية المستهلك، والتي يتم تقديمها أو تداولها أثناء فحص هذه الحالات، واتخاذ الإجراءات وإصدار القرارات الخاصة بها. ولا يجوز استخدام هذه المعلومات والبيانات ومصادرها لغير الأغراض التي قدمت من أجلها.

كما يحظر على العاملين بالجهاز القيام بأي عمل لمدة عامين من تاريخ تركهم للخدمة، لدى الأشخاص الذين خضعوا للفحص أو الخاضعين له في هذا التاريخ.

كذلك فإن لجهاز حماية المستهلك عند ثبوت مخالفة لأي من أحكام هذا القانون، إلزام المخالف بتعديل أوضاعه وإزالة المخالفة فورا، أو خلال فترة زمنية يحددها مجلس إدارته، وذلك كله دون الإخلال بأحكام المسئولية الناشئة عن هذه المخالفات.

وإذا ترتب على المخالفة أو كان من شأنها وقوع أي ضرر على صحة أو سلامة المستهلك، يكون لمجلس إدارة الجهاز؛ وفقا للقواعد التي تبينها اللائحة التنفيذية للقانون المنظم له، وبحسب الأحوال، إصدار قرار بوقف تقديم الخدمة، أو التحفظ على السلع محل المخالفة، لحين انتهاء التحقيقات أو صدور حكم في شأنها، ويجب أن يتخذ الجهاز التدابير اللازمة لإعلام المستهلكين بالمخالفة.

إضافة إلى ما سبق نص قانون حماية المستهلك على أن يكون بجانب الجهاز جمعيات أهلية تكمل دوره المعلوماتي؛ وفي سبيل ذلك تختص بالآتي:

(أ) حق مباشرة الدعاوى التي تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها.

(ب) عمل مسح ومقارنة لأسعار وجودة المنتجات، والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها، والتي تحدد محتواها، وإبلاغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات في هذا الشأن.

(ج) تقديم معلومات للجهات الحكومية المختصة عن المشاكل المتعلقة بحقوق ومصالح المستهلكين، وتقديم مقترحات علاجها.

(د) تلقي شكاوى المستهلكين والتحقق منها والعمل على إزالة أسبابها.

(هـ) معاونة المستهلكين الواقع عليهم ضرر جراء استخدام أو شراء سلعة، أو تلقي خدمة، في تقديم الشكاوى للجهات المختصة؛ ومنها جهاز حماية المستهلك، واتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم ومصالحهم.

(و) المساهمة في نشر ثقافة حقوق المستهلك، وتوعية المواطنين بحقوقهم، وإنشاء قواعد للبيانات اللازمة لأداء اختصاصاتها.

ثالثا: المعايير المحلية والدولية لحق المستهلك في المعرفة

تزايدت في الآونة الأخيرة؛ وخاصة منذ منتصف الثمانينات محاولات الوصول إلى معايير تكفل حماية المستهلك، وقد تبنت الأمم المتحدة عام ١٩٨٥ ما يسمى بحقوق المستهلك الثمانية؛ نذكر منها على الأخص «الحق في المعرفة»، ويقصد به "تزويد المستهلك بالحقائق التي تساعده على الاختيار السليم، وحمايته من الإعلانات وبطاقات السلع التي تشمل معلومات مضللة وغير صحيحة، لذلك دعت الأمم المتحدة المنظمات في أنحاء العالم كافة إلى:

- ضرورة التعريف بالمنتج ومواصفاته، ومدى خطورته وكيفية استعماله، والمواد المصنعة منه.

- تقديم المعلومات الصحيحة والمجانية عن كل ما يتعلق بالمنتجات الموجودة في الأسواق.

- ضرورة تبني برامج لتطوير المعلومات المتاحة للمستهلك بشكل دائم.

أما على المستوى المصري، فقد حدد قانون حماية المستهلك عدد من الالتزامات على أطراف عملية الاستهلاك غير المستهلك.

ألزمت المادة الثالثة من قانون حماية المستهلك، رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، المُنتِج أو المُستورِد – بحسب الأحوال – أن يضع باللغة العربية على السلع البيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية أو أي قانون آخر، أو اللائحة التنفيذية لهذا القانون، وذلك بشكل واضح تسهل قراءته، وعلى النحو الذي يتحقق به الغرض من وضع تلك البيانات، حسب طبيعة كل مُنتَج وطريقة الإعلان عنه، أو عرضه أو التعاقد عليه، وعلى مقدم الخدمة أن يحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التي يقدمها وأسعارها ومميزاتها وخصائصها.

كما ألزمت المادة الرابعة المُورِد بأن يضع على جميع المراسلات والمستندات والمحررات، التي تصدر عنه، في تعامله أو تعاقده مع المستهلك، بما في ذلك المحررات والمستندات الإليكترونية – البيانات، التي من شأنها تحديد شخصيته؛ وخاصة بيانات قيده في السجل الخاص بنشاطه وعلامته التجارية إن وجدت، فيما ألزمته المادة الخامسة بأن يقدم إلى المستهلك –بناء على طلبه– فاتورة تثبت التعامل أو التعاقد معه على المُنتَج، متضمنة بصفة خاصة تاريخ التعامل أو التعاقد وثمن المُنتَج ومواصفاته وطبيعته ونوعيته وكميته، وأي بيانات أخرى من البيانات التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

كما ألزم قانون حماية المستهلك المُعلِن، بإمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المُنتَج وخصائصه، وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك، أو وقوعه في خلط أو غلط. ويُعفى المُعلِن من المسئولية متى كانت المعلومات التي تضمنها الإعلان فنية يتعذر على المُعلِن المعتاد التأكد من صحتها، وكان المُورِد قد أمده بها.

كما يلتزم المُورِد خلال مدة أقصاها سبعة أيام، منذ اكتشافه أو علمه بوجود عيب في مُنتَج، أن يبلغ الجهاز عن هذا العيب وأضراره المحتملة، فإذا كان يترتب على هذا العيب الإضرار بصحة أو سلامة المستهلك، التزم المُورِد بأن يبلغ الجهاز بهذا العيب فور اكتشافه أو علمه به، وأن يُعلِن التوقف عن إنتاجه أو التعامل عليه، ويُحذِر المستهلكين بعدم استخدام المُنتَج.

أخيرا يلتزم المُورِد في حالة البيع بالتقسيط، وقبل التعاقد بتقديم البيانات الآتية للمستهلك:

(أ) الجهة المقدمة للمُنتَج بالتقسيط.

(ب) سعر البيع للمُنتَج نقدا.

(ج) مدة التقسيط.

(د) التكلفة الإجمالية للبيع.

(هـ) عدد الأقساط وقيمة كل قسط.

(و) المبلغ الذي يتعين على المستهلك دفعة مقدما إن وجد.

وقد وضع قانون حماية المستهلك عقوبات على مخالفة ما سبق دون الإخلال بحق المستهلك في التعويض، حيث نص على أن يعاقب على كل مخالفة أحكام هذا القانون المنصوص عليها في المواد ٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨، ٩، ١١، ١٨، والفقرة الأخيرة من المادة (٢٣)، بغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه، ولا تتجاوز مائة ألف جنيه، وفي حالة العود تضاعف الغرامة بحديها. ويعاقب المسئول عن الإدارة الفعلية للشخص الاعتباري المخالف بذات العقوبة، إذا ثبت علمه بالمخالفة، وكان إخلاله بالواجبات التي تفرضها عليه تلك الإدارة قد أسهم في وقوع الجريمة. ويكون الشخص الاعتباري مسئولا بالتضامن عن الوفاء، بما يحكم به من عقوبات مالية وتعويضات، إذا كانت المخالفة قد ارتكبت من أحد العاملين به باسمه أو لصالحه. وتقضي المحكمة بنشر الحكم الصادر بالإدانة على نفقة المحكوم عليه في جريدتين يوميتين واسعتي الانتشار، ويجوز لرئيس مجلس إدارة الجهاز التصالح مع المتهم قبل صدور حكم بات في الدعوى الجنائية، مقابل أداء مبلغ لا يقل عن عشرة آلاف جنيه، ويترتب على التصالح انقضاء الدعوى الجنائية.

رابعا: تضارب الاختصاصات بين جهاز حماية المستهلك وجهاز حماية المنافسة ومنع الاحتكار

يعمل جهاز حماية المنافسة ومنع الاحتكار على جمع وتوفير المعلومات، المتعلقة بالنشاط الاقتصادي، كما نص على ذلك في المادة ١١ من القانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ ومنها:

إعداد قاعدة بيانات ومعلومات متكاملة عن النشاط الاقتصادي، وتحديثها، وتطويرها بصورة دائمة، بما يخدم عمل الجهاز في المجالات المرتبطة بحماية المنافسة كافة، وإنشاء قاعدة بيانات، وإجراء الدراسات والبحوث اللازمة لكشف الحالات الضارة بالمنافسة.

ويقوم جهاز حماية المنافسة بدور معلوماتي في المقام الأول،كما أنه يمثل الطرف الآخر من المعادلة التي تؤثر على طريقة تعامل المستهلك مع المنتجات والسلع والخدمات المختلفة. فقيام بعض مقدمي السلع بممارسات احتكارية يؤثر بشكل مباشر على الخيارات والبدائل التي يواجهها المستهلك، وهو حق أصيل للمستهلك طبقا للحقوق الثمانية المتفق عليها دوليا؛ ومنهم الحق المعرفة والحق في الاختيار، فضلا عن أن هذه الممارسات ترغم المستهلك الحصول على هذه السلع من عدد محدود من الجهات.

وهناك تضارب واضح بين اختصاصات جهاز حماية المستهلك، واختصاصات جهاز حماية المنافسة ومكافحة الممارسات الاحتكارية، ولعل أبرز مشاهد التضارب بين الجهازين قد أصبحت أكثر وضوحا في الفترة الأخيرة؛ فعلى سبيل المثال في قضية "شركات المياه"، التي صدر تصريح من جهاز حماية المستهلك بأن هذه الشركات تقوم ببعض الممارسات الاحتكارية، وذلك لعدم الإفصاح بمعلومات عن بعض منتجاتها، في حين أن جهاز حماية المنافسة قد دافع عن هذه الشركات، وبرر موقفها بأن ما تفعله هو شكل من أشكال حماية المنافسة، كما يرى جهاز حماية المنافسة بأن الإفصاح عن المعلومات قد يؤثر على حالة السوق وقد يجعله حذرا، ويؤدي إلى تردد الشركات في منح المعلومات!!

خامسا: عدم فاعلية القوانين المنظمة لحماية المسهلك وحماية المنافسة ومنع الاحتكار

صدرت القوانين المنظمة لجهازي حماية المنافسة ومنع الاحتكار وحماية المستهلك دون وجود رؤية محددة لكل منهما، فيما يتعلق بفهم طريقة عمل وسير الأسواق المصرية التي تؤثر على كل من مقدم الخدمة والمستهلك وتحولت، وتكمن الأزمة الرئيسية بجانب غياب الرؤية في أن هذه التشريعات بضعفها وعدم إلزامها، ووهن العقوبات المقررة بموادها، قد بيّنت أن هناك أزمة كبيرة في التطبيق العملي، وأن هذه القوانين لا تناسب أو تلائم تطور السوق المصري، ووجود صور جديدة للمخالفات؛ مثل مشاكل التجارة الإليكترونية والشراء عن بعد.

وهو ما يؤكد أن الاستمرار في حصر المخالفات على هذا النحو سوف يجعل هذه التشريعات قاصرة، إضافة إلى ذلك يجب أن تعمل هذه الأجهزة على تطوير الجانب المعلوماتي، فخلق بيئة متكاملة من المعلومات الواضحة غير الملتبسة، تعزز دور المستهلك في حرية وطريقة الاختيار، كما أن ذلك يرفع من وعي أطراف المعادلة؛ سواء المستهلك أومقدم الخدمة، كما يجب ألا يقتصر الدور المعلوماتي لهذه الأجهزة على الجمع والإحصاء، بل يجب أن يكون دور تفاعلي مع المواطن مباشرة، لذلك فإن ضرورة توفير المعلومات كافة للمواطن بصفة عامة، يمنع أولا التضارب بين هذه المعلومات، كما يوفر حالة من الهدوء والاستقرار، ويمنع التقلبات التي تؤثر سلبا على المستهلك الذي غالبا ما يدفع ثمن غياب أو تضارب المعلومات.

سادسا: التجربة الأسترالية في حماية المستهلك والمنافسة

ينظم قانون حماية المنافسة والمستهلك الأسترالي لسنة ٢٠١٠، كيفية حماية الحقين، من خلال إنشاء عدة مؤسسات ذات اختصاصات مختلفة، ويظهر بشكل واضح دور حرية تداول المعلومات في أداء المؤسسات وفي البنية التشريعية. في ما يلي سرد لخلفية عن المؤسسات التي تعمل على حماية المنافسة وحماية المستهلك، كما سيتم تأطير المنهجية المعلوماتية المستخدمة للوصول إلى حماية المستهلك، من خلال حماية المنافسة وعلاقة تلك الأجهزة بالحكومة وحدود سلطاتها.

مفوضية حماية المنافسة والمستهلك الأسترالية : (ACCC - Australian Competition and Consumer Commission)

أُسست مفوضية حماية المنافسة و المستهلك الأسترالية، بموجب قانون حماية المنافسة والمستهلك لسنة ٢٠١٠، وهي مفوضية تهدف إلى إعمال هذا القانون، بالتداخل مع أكثر من ٢٠ قانونًا و لائحة تنفيذية أخرى، نقوم بسردهم في ما بعد.

تتكون المفوضية من رئيس المفوضية وعدد من المعاونين له، ويتم تعيينهم من قبل الحاكم العام الأسترالي، بعد موافقة أغلبية الولايات الأسترالية، وتأكد وزير المالية من مطابقتهم لمعايير الخبرة المنصوص عليها في القانون[١].

تكون مدة التعين ٥ سنوات كما هو منصوص عليه في القانون[٢]. ومناط اهتمام تلك المفوضية هو تعزيز المنافسة والتجارة العادلة وتنظيم البنية التحتية الوطنية، لتكون في خدمة الأستراليين، وحماية مصالح المستهلك، وضمان أمانهم الاستهلاكي[٣].

كما أُسس تحت لواء المفوضية جهاز تنظيم الطاقة الأسترالي (AER - Australian Energy Regulator)، وهو جهاز يتطلع إلى أهداف المفوضية، لكن في مجال أكثر تخصصا؛ وهو مجال الطاقة وما يشمله من كهرباء و غاز على وجه التحديد.

المعلوماتية كوسيلة لممارسة الحق في الوصول للمعلومات في مفوضية حماية المنافسة والمستهلك وجهاز تنظيم الطاقة الأسترالي:

يتجلى بوضوح رسوخ أهمية نشر البيانات للفرد والمجتمع، ومبدأ الملاءمة في نشر البيانات، والتي بمقتضاها تصبح حماية المستهلك مسألة ميسرة، لتوافر الإتاحة ومعايير الحكومة المفتوحة المحوكمة. ويظهر ذلك في القانون بحيث نص على الآتي في القسم ٢٨ المبوب بـ"دور المفوضية في نشر المعلومات، الإصلاح القانوني والأبحاث":

بالإضافة لوظائف المفوضية السابقة، على المفوضية القيام بـ:

١- إتاحة المعلومات للأشخاص العاملين في التجارة والسوق، فيما يتعلق بمهام عملهم وسلطات ووظائف المفوضية وفقا للقانون.

٢- إتاحة المعلومات المتعلقة باهتمامات المستهلك للعامة، كونها قضايا يمكن التشريع لها من قبل البرلمان الأسترالي.

١. الجزء الثاني من القانون المعنون بـ The Australian Competition and consumer commission، البند (٣) من المادة (٧) المعنونة بـ Constitution of Commission
٢. الجزء الثاني من القانون المعنون بـ The Australian Competition and consumer commission، البند (١) من المادة (٧) المعنونة بـ Constitution of Commission
٣. ACCC and AER Annual Report 2011-12

المعلوماتية كآلية للمشاركة والتأثير في السياسات في مفوضية حماية المنافسة والمستهلك وجهاز تنظيم الطاقة الأسترالي:

وذلك عبر توضيح خريطة المعلومات، وكيفية رفع التوصيات للحكومة والوزارة، وكيفية نشر طلبات التقارير، والتباحث حول القضايا الوطنية لضمان المشاركة المجتمعية في التقارير والأبحاث، التي ترفع للوزارة والبرلمان بمجلسيه. ونص القانون على الآتي:

حين يحيل الوزير المختص إلى المفوضية الطلب المشار إليه في البند (١) (ب)[٤] للبحث والتقرير:

١- تقوم المفوضية بنشر الطلب في الجريدة الرسمية والجرائد الأخرى التي تراها مناسبة.

٢- يتم النص على الطلب والطالب.

٣- يتم النص على دعوة الأشخاص والأطراف المهتمة، لتزويد المفوضية برؤى مختلفة حول موضوع الطلب. كما يتم النص على موعد وطرق تداول الرؤى المختلفة.

٤- المفوضية لن تقدم التقرير/البحث حتى يتم استيفاء مدة كافية للبحث، والتداول حول موضوع التقرير أو البحث.

٥- المفوضية ستقوم بتضمين أي توصية متعلقة بإصلاحات قانونية، ولها علاقة بموضوع البحث أو التقرير حين ترى أهمية لذلك، سواء كان الإصلاح القانوني في صورة تعديلات على تشريعات موجودة أو إصدار تشريعات جديدة.

٦- يقوم الوزير بتوفير نُسخ للتقارير والأبحاث التي طلبتها وقدمتها المفوضية وفقا للبند (١) (ب)، لكل من مجلسي البرلمان في أسرع وقت.

المجلس الوطني الأسترالي لحماية المنافسة (NCC - National Competition Council):

هو مجلس تم تأسيسة سنة ١٩٩٥ بموجب اتفاق مجلس الحكومات الأسترالية [٥]. جاء هذا القرار بتأسيس المجلس بعد إصدار «تقرير هيلمر» [٦] سنة ١٩٩٣، والذي أسس لنظام متكامل عدل من سياسات المنافسة وحماية المستهلك الأسترالي، وأسس للحق في الوصول للخدمات الأساسية[٧]، كآلية لحماية المنافسة وحماية المستهلك، وأصبح دور المجلس الأساسي هو العمل على التوصية بقرارات الكشف عن الخدمات الأساسية للأطراف المعنية[٨].

أدرك النظام الأسترالي خطورة احتكار الخدمات الأساسية على الاقتصاد وعلى المستهلك، فإمكانية التلاعب بالأسعار يجب الاحتراز منها؛ خاصة إن كان مُنتِج الخدمات الأساسية له مصلحة في التلاعب عن قصد أو غير قصد، لمشاركته في أنواع أخرى من التجارة مثلا، مما يوسع من دائرة الفساد، ومن المهم إدراكه وتسليط الضوء عليه. لأنه بالرغم من أن الخدمات الأساسية تحت سلطة الدولة وإنتاجها، إلا أن التقرير لم يفرق بين الخدمات الأساسية ذات الملكية العامة والملكية الخاصة، فكلاهما يخضع لذات المعايير والنظام القانوني.

ونجد أن الإعلان عن حق الوصول للمعلومات يتم من خلال قرار من الوزير المختص، بعد توصية تخرج من المجلس الوطني الأسترالي لحماية المنافسة، ولذلك فإن الإعلان الوزاري للإفصاح عن الخدمات يكون مقيد بتوصيات المجلس المستقل، درءا لأي نوع من أنواع استغلال السلطة أو النفوذ من قبل الوزير لتحقيق مصالح شخصية[٩].

٤. إرسال تقارير و دراسات نقدية عن القوانين الأسترالية للوزير المختص في ما يتعلق بالإمور المحاله للمفوضية نت قبل الوزير و كونها قضايا يمكن التشريع لها من قبل البرلمان الأسترالي

٥. Council of Australian Governments (COAG)

٦. نص تقرير هيلمر لسنة ١٩٩٣: http://ncp.ncc.gov.au/docs/National%20Competition%20Policy%20Review%20report،%20The%20Hilmer%20Report،%20August%201993.pdf

٧. الخدمات الأساسية: هي الخدمات و السلع الأساسية التي يعتمد عليها في الإنتاج و الإقتصاد كالغاز، و الكهرباء، و المواصلات من سكك حديد لطائرات...إلخ.

٨. http://www.ncc.gov.au/index.php/about/about_us

٩. Hilmer Review، Access to Essential Facilities، p.250، paragraph «When Should a legislated Right of Access be Created»

كما أن التقرير نص على حدود الخروج بالإعلانات الوزارية حتى لا يتضرر صاحب أو مُنتِج الخدمات الأساسية، ونص على الضمانات التي يجب أن تستوفى له.

فمن المعايير التي تم النص عليها أن الإعلان عن الخدمة يكون بموافقة صاحب ومُنتِج الخدمة، وإن لم تؤخذ موافقته فلا يجوز الإعلان عن الخدمة، إلا إذا تم استيفاء ثلاثة معايير: ١) ضرورة الإعلان عن الخدمة الأساسية، لضمان وحماية المنافسة، ٢) أن يكون الإعلان عن الخدمة في الصالح العام، من خلال النظر في أهمية الصناعة المرتكزة على الخدمة الأساسية للاقتصاد القومي، التأثير المتوقع من المنافسة في الصناعة -المعتمدة على الخدمة الأساسية- على الاقتصاد ومستوى المنافسة القومي، ٣) حماية المُنتِج للخدمة الأساسية من خلال فرض ضريبة للوصول إلى المعلومات. فبالتالي تم تقييد سلطة الوزير في الإفصاح والإعلان عن الخدمات الأساسية، بما لا يضر المُنتِج للخدمة، وبتلك المعايير السابق ذكرها وبعد توصية من المجلس الوطني الأسترالي لحماية المنافسة.

ومن المهم التنويه على علاقة الربط بين أهمية حماية المنافسة وخطورة الاحتكار على المستهلك، وكيفية تأثير الأول على حقوق الثاني. ولذلك نجد ترابط وطيد في فلسفة القانون الأسترالي بين كلا المفهومين، فهما منصوص عليهما في قانون واحد، والأجهزة متشابكة تشابك شديد لخلق توازن واقعي في مخرجات الأجهزة وتوصياتها.

كما أن قانون حماية المنافسة والمستهلك الأسترالي متشابك مع قوانين أخرى في الهيكل القانوني الأسترالي، كما سبق التنويه في البداية، مما يظهر مدى تشابك وترابط واتساق البنية التشريعية فيما يتعلق بحماية المستهلك ومنع المنافسات الاحتكارية في أستراليا، من خلال الإحالات التي وردت في القوانين المذكورة أدناه إلى القسم الثالث من قانون حماية المنافسة والمستهلك الأسترالي، والمبوب تحت عنوان الوصول للخدمات، والذي مفاده كيفية طلب معلومات عن خدمات، ودور المجلس والوزير المختص في الإفصاح عن الخدمة، كما سبق أن وضحنا[١٠]. والقوانين الآتي ذكرها يحال إليها في تطبيق أحكام هذا الباب من قانون حماية المستهالك. القوانين المحال إليها هي:

- قانون المطارات ١٩٩٦.
- قانون المؤسسات البريدية ولائحته التنفيذية ١٩٩٦.
- قانون الخدمات الإذاعية ١٩٩٢.
- قانون حق النشر والتأليف ١٩٦٨.
- قانون الاتصالات اللاسلكية ١٩٩٢.
- قانون الاتصالات ١٩٩٧.
- قانون الاتصالات (حماية المستهلك ومعايير خدمة العملاء) ١٩٩٩.
- قانون شركات الشبكات ذات النطاق العريض ٢٠١١.
- قانون العلامات التجارية ١٩٩٥.
- قانون المياه ٢٠٠٧، أحكام ضريبة المياه (رسوم الإنهاء) ٢٠٠٩، أحكام ضريبة المياه (البنية التحتية) ٢٠١٠، أحكام ضريبة المياه (التخطيط وإدارة المعلومات) ٢٠١٠، أحكام سوق المياه ٢٠٠٩.
- قانون تسويق تصدير القمح ٢٠٠٨.
- قانون الكهرباء المحلي، أحكام قانون الكهرباء المحلي، اللائحة التنفيذية لقانون الكهرباء المحلي.
- قانون الغاز المحلي، أحكام قانون الغاز المحلي، اللائحة التنفيذية لقانون الغاز المحلي.
- قانون الطاقة المجزأة المحلي، أحكام قانون الطاقة المجزأة المحلي، اللائحة التنفيذية لقانون الطاقة المجزأة المحلي.

10. Part III- Access to services، The Competition and Consumer Act 2010

سابعا: تجربة مؤشر شفافية المستهلك "جمعية المستهلك السعودي"

طبقا للمادة الخامسة من اختصاصات جمعية حماية المستهلك بالسعودية، التي نصت على توعية المستهلك بطرق ترشيد الاستهلاك، وتقديم المعلومات والاستشارات الضرورية له، وعلى هذا الأساس قامت الجمعية بتدشين مؤشر الشفافية، الذي بدروه يجنب المستهلك إهدار حقوقه، وذلك عن طريق تعزيز المعلوماتية بشأن السلع والخدمات بالسعودية.

فالمؤشر ينقسم إلى ٤ قوائم (الملاحظة – المقاطعة – الثقة – الذهبية)، ويمكن للمستهلك أن يعتمد على الأربعة قوائم في التمتع بحقوقه، فالقوائم تتيح له الحق في المعرفة وحصوله على كل ما يحتاج من معلومات حول السلع أو الخدمات.

ومن اطلاع المستهلك على قائمة المقاطعة مثلا، يحصل على معلومات حول الشركات التي لا تلتزم بمعايير الجودة، ومن ثم يتمتع بحقه في الاختيار، ويبتعد عن السلع والخدمات التي تقدمها تلك الشركات إذا أراد ذلك، وعلى صعيد آخر عند اطلاعه على قائمة الثقة يحصل على المعلومات التي تقوم بدور في توعيته بشأن الشركات التي تلتزم بمعايير الجودة المطلوبة.

ونخلص من ذلك إلى أن فكرة المؤشر هي فكرة معلوماتية بحتة، مهمتها توعية وتثقيف المستهلك، وما يتطابق مع الحقوق الثمانية حول حقوق المستهلك التي أصدرتها الأمم المتحدة.

توصيات التقرير

- **على الأطراف المعنية كافة بمراجعة وتعديل الأطر التشريعية الناظمة لحماية المستهلك، وأن تضع في الاعتبار:**

١. تضمين نصوص قانونية واضحة ومحددة حول ضمانات وصول المستهلكين لكافة المعلومات، بالإضافة إلى الإفصاح التلقائي المتعلقة بالمنتجات والخدمات المعروضة في الأسواق؛ سواء كانت تابعة للقطاع الخاص أو العام.

٢. تضمين حق الوصول وتداول المعلومات الخاصة بميزانية الشركات المنتجة للسلع والخدمات.

٣. مراجعة التشريعات المنظمة لحماية المنافسة، بما يتوافق وضمانات حرية وصول المستهلكين والمنتجين للمعلومات كافة، اللازمة لتمكينهم من حقوقهم الحرة.

٤. تضمين تعديلات خاصة بإنشاء لجنة حماية المستهلك تابعة للمجالس الشعبية على مستوى المحليات.

٥. ضرورة وجود إحالات في القوانين المتعلقة بالخدمات والسوق لقانون حماية المستهلك، فيما يتعلق بالإفصاح عن المعلومات.

- **وفيما يتعلق بالنشاط المجتمعي لتوعية المستهلك:**

١. العمل على تأسيس مؤشرات الشفافية، فيما يتعلق بالمعلومات والوثائق الواجب الإفصاح عنها بشكل تلقائي.

٢. دعم استقلالية وحرية عمل جمعيات حماية المستهلك في التواصل مع جمهور المستهلكين والمنتجين، دون هيمنة من جهاز حماية المستهلك.

٣. دعم تواصل جمعيات حماية المستهلك مع المؤسسات المتخصصة كافة، والمعنية بمراقبة معايير جودة السلع والخدمات، ووصولها للتقارير كافة الصادرة عن تلك الجهات.

٤. على جهاز حماية المستهلك الالتزام بالدعم الفني ورفع قدرات ومهارات قيادات ونشطاء الجمعيات.